

ANALISIS DAN STRATEGI PERANCANGAN E-MARKETING PADA SMP PROKLAMASI 1945 BEKASI

Isa Indriansyah Dwinanda – 1000851244

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan dan memerlukan E-Marketing diterapkan serta bagaimana desain e-Marketing yang baik yang harus dilakukan oleh SMP Proklamasi 1945 Bekasi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode pengumpulan data, metode analisis dan metode perancangan. Metode pengumpulan data dilakukan dengan studi pustaka, observasi dan kuisioner. Teknik analisis data menggunakan STP, 4P, dan Linear Programming dengan bantuan QM For Windows. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa SMP Proklamasi 1945 Bekasi melakukan kegiatan marketing secara konvensional dengan 5 kegiatan yang cukup lama dalam pelaksanaannya. Oleh karena itu strategi cakupan pasar yang diambil adalah strategi pemasaran tanpa pembedaan. Selain itu kegiatan pemasaran secara konvensional lebih lama dan memakan biaya lebih besar dalam pelaksanaannya. Oleh karena itu simpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah dengan e-Marketing kegiatan pemasaran akan semakin efisien dan lebih mudah dilakukan daripada pemasaran secara konvensional. Perancangan ini juga berguna untuk memperluas pasar yang dimiliki oleh SMP Proklamasi 1945 Bekasi. Perancangan website ini digunakan sebagai pendukung dalam kegiatan pemasaran konvensional bukan sebagai pengganti dari system yang sudah ada.

Kata kunci : Strategi Marketing, strategi E-Marketing, Perancangan E-Marketing.